

SISTEMA DE PROTEÇÃO DA PROPRIEDADE INDUSTRIAL COMO CONDICIONANTE DA INOVAÇÃO SEGUNDO UMA PERSPECTIVA DE DESIGNER

Maria João Melo
Designer

Resumo:

Partindo do pressuposto que a noção de propriedade é um conceito social com um fim organizador das atividades humanas, logo cultural e intercultural, submetida a um enquadramento legal, cuja fundamentação é de âmbito económico, aqui abordaremos como essa concepção condiciona a inovação. São as estratégias defensivas, das vias internacionais de proteção das invenções e das patentes que regulam o uso e o acesso ao património humano, com o fim de evitar a expropriação pela cópia, pelo roubo ou pela apropriação, assim como por plágio ou por falsificação. Leis de propriedade, que atentamos como dados impermanentes, o que, coloca em causa uma das instituições mais enraizadas, a do poder jurídico.

No âmbito da nossa investigação, ao consideramos o design como impulsionador da inovação, por poder incrementar o fluxo da transferência de tecnologia por via dos Centros Tecnológicos, entre os territórios da indústria transformadora e as universidades, a proteção é um factor crítico para a dinâmica de inovação e para a sociedade.

Palavras-chave: Proteção; Design; Inovação; Transferência de Tecnologia

Abstract:

Ownership is a social concept which purpose is to organise human activities, hence its scope is cultural and intercultural, and it pertains to a legal framing with an economic rationale. With basis on that assumption this paper discusses how this concept influences innovation through international strategies of patents and inventions' defence which regulate the use and access to human heritage, aiming at avoiding expropriation by copying, stealing or by appropriation, as well as plagiarism or falsification.

We consider property laws as impermanent data which question one of the most entrenched institutions, the juridical power.

As part of our research, we consider design as a driver of innovation power that increases the flow of technology transfer via Technology Centers, between territories of the manufacturing industry and universities, where protection is critical to the dynamics of innovation and to the society.

Introdução

De acordo com Hall (1986), a adopção do sistema de comportamento de territorialidade é considerado como característico dos organismos vivos para tomar posse de um território que, é assim, defendido contra a invasão, a apropriação ou a exploração, em geral, por membros da própria espécie. Em certa medida, a função social de recorrer a leis para defender a propriedade, poderá ser considerada uma manifestação de territorialidade no ser humano que, dentro de certos limites, serve para garantir o controlo para a exploração de uma determinada atividade. Influi como um prolongamento do próprio organismo através de uma função pessoal expressa por signos territoriais, visíveis e invisíveis, a que o mesmo autor designa por *espaço*

de organização fixa, que aqui consideramos se estender ao espaço imaterial do âmbito das ideias, das invenções, dos processos, da autoria e do design.

Do ponto de vista da prática da atividade de design, como instauradora de novas realidades, neste artigo redigimos a reflexão efectuada sobre o que almejamos conceber no futuro em relação ao conhecimento aplicado à obra humana. Sobre o conhecimento aplicado aos artefactos, tecemos considerações sobre o estatuto dos objetos de uso e de consumo, assim como, abordaremos as restrições à Propriedade Industrial do Direito Continental relativo à Europa a que estamos, em Portugal e internacionalmente, adstritos cumprir, desde que aderimos em 1992, pela via aberta [1] europeia, à Convenção de Munique [2].

Uma vez que, os direitos de autor protegem determinadas características únicas da obra humana que não podem ser tão facilmente copiadas como um item fabricado pode, recorreremos à atual contestação, face ao enquadramento legal de *copyright* [3] Norte Americano e dos direitos autorais. A fim de estabelecer um paralelismo como os factores conceptuais de partilha de conhecimento para que, segundo o *Zeitgeist* [4], a transferência de tecnologia se torne efetiva e não tanto, para tornar a discussão mais complexa e abrangente.

Epistemologicamente a palavra *Cópia* tem origem no nome da deusa romana da abundância, Cópia, a quem também se atribuía a ideia de riqueza e da abundância de recursos. É esta associação de conceitos que, por vezes, na atualidade, toma significados depreciativos. Ao associamos cópia a abundância, passámos a referir-nos ao desvirtuar produzido pela abundância de cópias, à vulgarização de bens que, pelo processo facilitado de replicação, passaram a ser de acesso massificado, num processo de democratização que os desvaloriza. Deste modo, desde a revolução industrial, a cópia distancia-se da riqueza, e por isso passamos a sobrevalorizar a exclusividade, as edições limitadas, de preferência personalizáveis, num reafirmar de significações, anteriores à introdução dos recursos obtidos pela reprodução mecânica, que democratizara e banalizara os signos do prestígio do acesso ao luxo, Lipovetsky (2012). Para Elyette Roux (2012), a atual desvalorização da abundância deve-se à possibilidade de opção por quantidade inferior de produtos pelas suas qualidades intrínsecas nomeadamente, pela dinâmica do valor acrescentado que, atribuído à inovação criativa, ao universo imaginário e à partilha com as marcas, corresponde a uma diferenciação do âmbito emocional e do simbólico que, ao ser percebido pelo consumidor, justifica o diferencial de preço que este se dispõe a pagar.

Vivemos numa época de mudança que se revela pela passagem de uma cultura da escassez para uma cultura de abundância, pelo menos, das possibilidades de expressão e revelação do talento, divulgado pelo exponencial da *internet* onde existem milhões de indivíduos criativos, em interligação permanente e instantânea, partilhando e colaborando em processo de noogénese na noosfera [5]. Assim, deixamos de ser meros absorventes da cultura, não só por termos o potencial de a reflectir criativamente como, os meios à nossa disposição para a disseminar, Lessig (2008). Pelo que, são detectáveis, indícios da necessidade de revisão, tanto dos *copyright*, como das restantes formas de restrição do património cultural da humanidade.

O mérito na cópia

Dawkins (2003) transmite-nos a ideia de que a anomalia na cópia é um factor primordial à existência de vida no planeta. Que essa é a condição fundamental para a diversidade porque, apesar da previsibilidade da cópia, é plausível que a dada altura, seja gerada uma alteração do original, o que condiciona no decorrer do tempo, uma crescente valorização pela resultante mutação, cuja diferença encerra uma promessa inerente à sua imprevisibilidade. À semelhança do campo da genética, parece não haver nenhuma área de intervenção e experiência humana em que o processo de mimeses não possa ser também detectado.

A cópia, a apropriação e mesmo, o ato de roubar, revela-se uma dinâmica cultural, à qual estamos enredados. A aprendizagem humana inicia-se pela repetição de sons, pela imitação de gestos e de atitudes, que se prolonga pela cópia no processo de alfabetização. Ao longo dos percursos académico e profissional, quer pela apropriação do conhecimento de autores, quer de imitação de procedimentos laborais “boas práticas”, tomando a forma de *benchmarking* [6] na gestão empresarial e de engenharia inversa, no caso do arsenal militar, quando se trata de descortinar o processo do inimigo. Exortamos a aplicação das diversas variações do ato de copiar, e até as tradições e regras das diferentes culturas são transmitidas pela repetição dos rituais de conduta para reforço do vínculo social.

Na filosofia aristotélica, o fundamento de toda a arte era a representação, ou reprodução da natureza. Uma dinâmica de mimeses das aparências, que deveria ter a virtude de ser o mais fiel possível à realidade ou, à reprodução, da realidade da natureza. Assim, pelas competências adquiridas com o domínio das técnicas para a satisfação dessa condição, remetia-se o artista e as artes, para o âmbito do virtuosismo.

Segundo as tradições orientais confucionistas, o ato de copiar, não é considerado como usurpação, mas antes uma forma de discernimento que tem em vista uma compreensão profunda das coisas, atuando como um incentivo criativo. É o processo pelo qual se percebe como realmente elas são e como funcionam, para poder, de seguida, serem melhoradas através de modificações, para progredirem para algo distinto do original. Com o intuito de inibir a cópia, “a novidade” no Ocidente, está sujeita a uma série de confirmações, de proteções e de regulamentações, assim como, a leis e a restrições. Mas foi apenas recentemente que o ato de copiar passou a ser uma atitude condenável, que causa desconforto, logo, que se deve impedir de acontecer, mesmo quando a contrafação, tomada pela difusão de imitações não autorizadas de produtos, segundo Lipovetsky (2012), estar estimada em 5% do comércio mundial, o que revela uma expressiva conquista financeira na economia global que tem tendência a aumentar, logo, a não desprezar.

O copiar e o imitar convocam competências mais complexas do que a mera repetição de algo, porque é nesse esforço que se pode manifestar a diferença e a alteração, já que, o que se obtém a partir da transformação, nunca ser absoluto. Nela ainda permanecem detectáveis um conjunto de informações que continuam a revelar sinais do original.

Tendo em consideração a fundamentação apresentada, a classificação de cópia como algo pejorativo deve ser refutado, desmistificado, reconsiderado e, sobretudo despenalizado pela cultura atual, uma vez que a sua origem é recente e de cariz económico, tal como propõe Alegre (2011), para quem a cópia não constitui um ponto de partida de uma atitude, mas um ponto de definição.

A regulação da cópia, entendida como apropriação indevida por uns, e renovação criativa por outros, é secundária em relação à necessidade do progresso da sociedade. Quanto a nós, o antagonismo entre novidade e a cópia é entendido como uma argumentação dos monopólios para concentrar, no curto prazo, proventos exclusivos, mas que no longo prazo, se pode tornar contra-procedente e limitadora da cultura de inovação necessária à fase seguinte do progresso da humanidade.

Razão pela qual, até agora, também por evocação das redes sociais, todos os esforços de controlo da designada “pirataria na rede”, ao serem tomados como ações de censura e perda da liberdade, não têm sido aprovados, assim como, devido à noção de pertença, que agora se apresenta do lado de quem deseja consumir algo, e não tanto, de quem o criou.

O que proteger?

Lessig (2005), na sua obra *Free Culture*, debruça-se sobre a maneira como as diferentes formas de expressão e liberdade criativas se têm tornado dependentes das posições extremistas de um regime de *copyright* que, legislado numa era cujas conquistas tecnológicas exigiam medidas de proteção completamente distintas do mundo contemporâneo, estão desfasadas da era atual. A tecnologia de agora, possibilita que os cidadãos desejem participar e partilhar das vantagens em poder-lhe aceder para contribuir na construção de uma sociedade radicalmente distinta da anterior. Este acesso à tecnologia e à informação favorece, simultaneamente, a possibilidade da cópia ser involuntária, uma vez que, devido à fluidez e quantidade de informação a circular, aumentar as probabilidades de poder ser combinada e recombinação de maneira idêntica, em pontos diferentes do globo, de forma descomprometida por indivíduos desconhecedores dos contratos sagrados abstratamente.

Coexistem então, dois tipos de novidade, uma absoluta e outra pessoal. Pelo que, o ato de verificação que garanta que a novidade se verifica para todos tornar-se-á cada vez mais complexo. A teia interligada através da rede da *Internet Web 2.0*, possibilita que cada um de nós acumule o papel de editor com o de receptor, emitindo e absorvendo informação, que assim partilhada, está em permanente expansão, não havendo a possibilidade de convergência territorial num único centro de controlo, Lessig (2008). Em acordo com Hall (1983), é tempo de dar um passo no sentido de tentar soltar-nos do domínio do passado para poder enfrentar o futuro com a ajuda dos novos meios facilitadores das relações humanas. É esta a realidade que desfavorece os anteriores modelos de negócio hegemónicos de conteúdos que são tomados no espaço cibernético como medidas repressivas. Os aspectos económicos pretendem-se impor a um ambiente que favorece as trocas culturais para a humanidade. O espaço virtual, a que Alegre (2011), se refere como um espaço utópico no qual os bens materiais, e os imateriais, são voluntariamente disponibilizados para a partilha gratuita, em que o total domínio da cópia e da replicação se tornam na matéria que impulsiona a arte e o design.

Estabelecemos um paralelismo com a necessidade de proteção da inovação quando Hall (1983), classifica a obra de arte no âmbito das mensagens lentas, enquanto a reprodução da mesma obra como uma mensagem rápida, ou seja, transporta um investimento de tempo na escala da velocidade de comunicação, de frequência diferente, logo, com importância relativas antagónicas devido a serem de consumo imediato, ou prolongado. Estamos cientes que há que realizar um esforço para encontrar o justo equilíbrio entre a estruturação das atividades de inovação, de modo a fazer funcionar as sinergias

envolvidas nas economias de escala e nas empresas, sem afetar ou comprometer a aposta no capital intelectual via conhecimento estratégico, para se tornarem mais competitivas. Para ajudar as empresas a recuperar seus investimentos em design e desenvolvimento, e para garantir no futuro uma vantagem de mercado de seus projetos, a robustez da proteção da propriedade intelectual na Europa [7], quer para a forma, quer para a função, poderá vir a ser um ativo valioso e duradouro. No entanto, a fim de obter essa proteção, o processo de design deve ser conciliado com os princípios concorrentes de proteção à propriedade intelectual, Cohen (2004) para quem o assegurar da proteção de design de maneira abrangente, requer a coordenação de propriedade intelectual, design e estratégias de marketing. Segundo esta perspectiva de gestão de design, a fim de fortalecer a proteção do produto, e simultaneamente criar vantagens de mercado, será necessário tomar a liderança na coordenação dessas estratégias. Para este autor, embora existam disponíveis dispositivos legais para proteger quer a forma, quer a função, respectivamente através do registo de design e do modelo de utilidade, em certa medida, estes erguem uma barreira entre forma e função. Isso deve-se ao conceito de função estar incorporado nas características “úteis” e ser obtida através do registo de modelo de utilidade. Enquanto a forma está enquadrada como característica não funcional que define a aparência de um produto como requisito ornamental, sob a denominação de propriedade intelectual. Analogamente aos modelos de utilidade, o registo de design também protege a novidade das características ornamentais.

Mecanismos Protecionistas

A violação de patente geralmente implica a duplicação de um processo. Já a violação de direitos autorais relaciona-se com a utilização não autorizada de um bem intangível. Enquanto que a violação de patentes quase sempre representa a obtenção de algum benefício financeiro para o infrator, a violação de direitos autorais incide sobre a perda de oportunidade na obtenção de lucro. Corresponde por isso, para o seu detentor, a uma perda financeira sobre o uso, ou aquisição de uma obra intelectual, que assim não se concretiza.

No caso de alguém duplicar uma invenção patenteada ou usar, a partir dela, a novidade subjacente para criar um produto, é tomado como um furto da ideia, embora não se possa evocar o direito de autor.

Seja com o objectivo de valorização do conhecimento, assim como, o de motivar as comunidades académica e científica, empresarial e industrial ou, os designers a proteger o seu investimento, em Portugal dispomos do Instituto Nacional de Propriedade Industrial (INPI). É um organismo público integrado na administração indireta do Estado, dotado de personalidade jurídica com autonomia administrativa, financeira e património próprio, executando atividade prossequindo as atribuições do Ministério da Justiça, sob a superintendência do respetivo ministro (Decreto-Lei nº 132/2007, de 27 de Abril). É responsável em Portugal, segundo os requisitos formais definidos no despacho n.º 28670/2008, pelo registo e concessão de marcas [8], de patentes de invenção, de desenhos ou modelos de utilidade [9] para proteger no nosso país, as inovações concebidas por empresas ou indivíduos, conferindo-lhes um uso exclusivo evitando a sua utilização abusiva ou a contrafação. Através do INPI, é possível proteger uma invenção em qualquer domínio tecnológico registando a patente [10] ou o modelo de utilidade. Pode proteger um sinal usado para distinguir produtos, serviços ou empresas no mercado, registando a marca ou logótipo. Pode proteger a aparência estática ou o design de um objecto, registando um desenho ou modelo. No âmbito de

sua estratégia de promoção da proteção da propriedade intelectual, o INPI tem desenvolvido diversos módulos de formação na área de proteção da propriedade industrial, nomeadamente na área das patentes e modelos de utilidade, com destino ao seu público alvo nacional, os produtores de conhecimento. Através de ações de sensibilização e de disseminação prestadas por examinadores do INPI, com o objetivo de agilizar procedimentos de registo específicos consoante os casos acima citados, é divulgada a respectiva informação genérica.

Segundo os dados do referido organismo, o número anual registado de pedidos de patente tem aumentado nos últimos anos. Tendo atingido, em 2010, a quantidade de 654 registos, sendo que, 49% representam a iniciativa inventores individuais, 28% de empresas, 21% das universidades e, por último, 2% de centros de investigação. No entanto, o registo de patentes europeias supera todos os anos as 200 mil.

O INPI é mais um organismo que atua de acordo com o paradigma económico instituído, com base na produção industrial de bens, que se afasta da nossa intuição acerca dos benefícios da partilha, nomeadamente da disponibilização da propriedade intelectual para a sociedade e, por exercer uma pressão que, vinda dos mercados públicos, poderá ser considerada como contraproducente para o desejável desenvolvimento da cultura de inovação. Se como resultado da atual conectividade nos afastamos da economia do conhecimento para a economia social, há uma diferença entre inovar em privado e inovar ostensivamente, pelo que será necessário atingirmos um compromisso equilibrado entre inteligência e a conectividade social, exigência que, no âmbito da inovação, poderá influenciar significativamente a diferença entre o sucesso e o fracasso dos inovadores, Razeghi (2012).

Apesar de haver empresas que fazem registos em nome individual, entre outras e inventores que acumulam patentes, como aposta na criação de capital intelectual, seria salutar que a percentagem de registos, quer por iniciativa empresarial, quer por iniciativa dos centros de investigação aumentasse. O que acontece nas economias dos países em que o investimento em Investigação e desenvolvimento (I&D) lhe é proporcional, correlacionada entre a produção de propriedade intelectual e a atividade económica, Florida (2005).

Tal como Tribolet (2000), fundador e presidente do INESC, critica a lógica de direcionar a investigação científica nacional para o desenvolvimento de produtos patenteados, cujo suposto sucesso de vendas, à escala mundial, criaria uma dinâmica que financiaria o Sistema Nacional de Investigação e Desenvolvimento - SNID, criticamos a lógica não empresarial do licenciamento de patentes, cuja taxa percentual é estatisticamente considerada para que o país possa ser exteriormente considerado como inovador. Efetivamente, apesar de esse factor se traduzir, segundo Andrez (2004), na existência de transferência de conhecimento, que não é economicamente útil, por não corresponder à transação de bens com valor reconhecível pelo consumidor global. Há pois, um desfasamento entre invenções patenteadas, e produtos comercializáveis.

Conclusão

Mesmo que à partida o processo de investigação não tenha sido motivado por uma lógica empresarial e económica, como geralmente não o é, o caso da investigação fundamental, para que o conhecimento científico impulse a inovação será essencial que se torne permissível à sua posteriori aplicação prática, Leite (2006). Para esta

autora, a disseminação dos resultados da investigação fundamental para o espaço social da sociedade civil, através de publicações que extravasem o âmbito académico, além das fronteiras do ambiente científico e tecnológico, ao qual estavam inicialmente circunscritas, poderá configurar um contributo amplificador das probabilidades para que tais factos científicos, mais do que meras descobertas patenteadas, fiquem assim disponíveis aos vários níveis e aplicações na sociedade. Outro aspecto é o de legitimar o investimento público na produção científica com vista à inovação, por contaminação bilateral, a outros campos de investigação imprevisíveis ou, em outras áreas da sociedade, para as quais tem estado vedada, com vista ao culminar de um novo produto e/ou serviço.

Se com a nossa investigação pretendemos contribuir para a disseminação do design como impulsionador da inovação radical, e uma vez que vivemos uma era tecnológica que é substancialmente diferente da anterior, durante a qual foram instituídos os fundamentos da regulamentação da proteção industrial, então aqui encerramos uma mensagem subliminar de necessidade de atualização dos modelos de negócio que assentam na acumulação de patentes e de direitos. Assim, defenderemos que o incremento do registo de patentes necessita de encontrar uma correspondência no registo de design para que esses desenvolvimentos se transformem em produtos com justificado esforço de inovação, e uma outra ousadia nos seus objectivos de negócio. Abstemo-nos de classificar a necessidade de proteção industrial como uma barreira inibidora da inovação, assim como dela fazer depender o estímulo à inovação. Consideramos que, mesmo que não se traduza por um retorno financeiro imediato, a fim de ressarcir as expectativas de quem o investiu, o investimento em inovação encerra a promessa de funcionar, no longo prazo, como impulsionador de uma cultura de inovação, ao permitir ulteriores desenvolvimentos. O benefício que dela advém, é mais amplo e abrangente para todos, logo, passível de dela se obter, vantagens compartilhadas.

Como designers, em certa medida, somos favoráveis ao retomar da contemporânea atitude, iniciada nas artes plásticas com Andy Warlow, face à rejeição da autenticidade e a originalidade, como características essenciais da integridade artística, por declinar a afirmação da autoria.

O conhecimento gerado pela ciência e aplicado à inovação, pode ser promovido e impulsionado por outros incentivos, tais como, a aquisição de competências e relações sociais, cujo capital social terá no futuro, um valor com expressão financeira.

Para a obtenção de um efetivo impacto na cultura de inovação nacional, sugerimos a adopção de uma postura que se disponha a abrir-se a parcerias para a inovação, globalizante dos resultados da investigação, pela prospecção dos dados provenientes da propriedade intelectual.

Notas

[1] Via aberta – aceita requerentes de países extra convenção e é administrada pelo *European Patent Office* (EPO).

[2] Convenção de Munique de 5 de Outubro de 1973.

[3] *Copyright* - designação dos direitos de cópia sobre a escrita, através da legislação internacional que regula a cultura e as particularidades como que com ela nos relacionamos.

[4] *Zeitgeist* - termo alemão que significa *espírito da época, espírito do tempo* ou *sinale dos tempos* que, conceptualmente, corresponde ao conjunto do clima intelectual e cultural do mundo de num determinado período de tempo.

[5] Noogénese - do grego *noos* = *mente (alma, espírito, pensamento, consciência)* e *gênese* = *origem (formação, criação)*. Refere-se à formação da rede formada pelo conjunto do pensamento humano, a noosfera, a esfera da consciência coletiva, o próximo estágio da sequência evolutiva do mundo depois de ultrapassada a presente fase da tecnosfera.

[6] *Benchmarking* - processo de aprendizagem ativo a partir de outros, por comparação de indicadores, a fim das empresas adquirirem uma perspectiva de como as outras desempenham determinados objetivos e tarefas.

[7] No dia 11 de Dezembro de 2012, o Parlamento Europeu aprovou a criação de uma patente única que irá reduzir substancialmente os custos de proteção das patentes beneficiando as pequenas e médias empresas, e sobretudo, a melhor integração da Europa. Embora no dia 22 de Dezembro de 2012 seja formalizada em Varsóvia esta nova realidade, que terá um impacto positivo nas condicionantes da inovação em Portugal, só a partir de 2014 poderá ser registada a primeira patente europeia.

[8] Marcas - marcas comerciais ou marcas comerciais não-registadas e em marcas registadas ou marcas comerciais registadas.

[9] Modelo de utilidade - objeto de uso prático suscetível de aplicação industrial, como novo formato de que resulta melhores condições de uso ou fabricação. Não se lhe reconhece propriamente a existência de uma invenção, mas sim um acréscimo na utilidade de uma ferramenta, instrumento de trabalho ou utensílio, pela ação da novidade parcial agregada. É chamada também de pequena invenção.

[10] Patente - insere-se nos mencionados direitos de Propriedade Industrial cujos normativos legais são em Portugal o Código da propriedade Industrial. Uma patente, na sua formulação clássica, é uma concessão pública, conferida pelo Estado de um determinado país, a um titular privado a quem é concedido o direito exclusivo de explorar comercialmente a sua invenção. Em contrapartida, é disponibilizado ao público o acesso ao conhecimento dos pontos essenciais e as reivindicações que caracterizam a novidade do invento. Os direitos exclusivos garantidos pela patente referem-se ao direito de prevenção de outros, em fabricarem, usarem, venderem, oferecerem, venderem ou importarem a dita invenção. As patentes europeias tem sido concedidas pelo Instituto Europeu de Patentes, um organismo com sede em Munique, que engloba os 27 países da UE e outros 11 países, como a Noruega, a Islândia, a Suíça ou a Turquia. Até aqui, as patentes para serem validadas em toda a União Europeia teriam que ser validadas Estado a Estado, com custos administrativos e de tradução nas 22 diferentes línguas da UE, elevados. Esse valor que em média atinge os 32000 euros por patente, enquanto nos Estados Unidos é de apenas 1850 euros e exige apenas um procedimento único, que é similar na China.

Bibliografia

ALEGRE, Luís - Cópia é Abundância: da imitação à transformação. 6º Congresso Internacional de Pesquisa em Design – CIPED6. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa 10 a 12 de Outubro de 2011.

ANDREZ, Jaime e outros - A Aplicação do Sistema de Patentes em Portugal. Novembro 2004. s/l: 2004.

<http://contanatura-hemeroteca.weblog.com.pt/arquivo/Relat%F3rio%20CSCTI%20%2804%29%20part%202.pdf>

BEIRA, Eduardo - *José Tribolet. Protagonistas das Tecnologias de Informação em Portugal: Uma Coleção de Testemunhos*. Outubro 2000. Ps 157-169
<http://www.memtsi.dsi.uminho.pt/protagonistas.htm>

COHEN, Joshua - Managing Design for Market Advantage: Protecting Both Form and Function of Innovation Designs. *DMI-Review*, 15 (2004). Ps.79–84.

DAWKINS, Richard - O Gene Egoísta. Gradiva, Ciência Aberta, 3ª Edição. Lisboa: 2003.

Manual Design Protegido. Lisboa: GAPIdesign - Centro Português de Design, 2003.

Manual II - Design Protegido. Lisboa: GAPIdesign - Centro Português de Design, 2007.

FERREIRA, João Pimentel - Vias Internacionais de Proteção das Invenções.(apresentado no Dia da Propriedade Industrial, Reitoria da Universidade Técnica de Lisboa, 2010).

FLORIDA, Richard - *The World is Sipky*. The Atlantic Monthly. Oct. 2005. Ps 48-51

HALL, Edward T. - A Dimensão Oculta. Lisboa: Relógio D'Água, 1986. (1ª Edição 1966).

HALL, Edward T. - A Dança da Vida: A outra Dimensão do Tempo. Lisboa: Relógio D'Água, 1983.

LEITE, Sandra Nunes - Ação Comunicacional da Quitosana: o percurso social da inovação. Programa de Pós- graduação em Ciências da Comunicação, da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, Brasil: Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2006.

LESSIG, Lawrence - Free Culture: The Nature and Future of Creativity. The Penguin Press HC, New York: 2005.

LESSIG, Lawrence - Remix: Making Art and Commerce Thrive in the Hybrid Economy. The Penguin Press HC, New York: 2008.

LIPOVESTSKY, Gilles; ROUX, Elyette - O Luxo Eterno. Da Idade do Sagrado ao Tempo das Marcas. 1ª 2003, Éditions Gallimard. Lisboa: Edições 70, 2012.

MENDONÇA, Juliana - A Inovação através do Design e os Novos Paradigmas da Propriedade Intelectual: os desafios enfrentados pelo design diante das novas formas de circulação da informação no mundo globalizado. 6º Congresso Internacional de Pesquisa em Design – CIPED6. Fundação Calouste Gulbenkian, Lisboa 10 a 12 de Outubro de 2011.

PIMENTEL, João Ferreira. 'Dia da PI' (Lisboa: OTIC – Oficina de Transferência de Tecnologia e de Conhecimento, Reitoria da UTL – Universidade Técnica de Lisboa, 2010)

RAZEGHI, Andrew - The Future of Innovation: Creating a Plan to Win. SlimBooks, Kindle Book: 2012.

RAZEGHI, Andrew. *Do You Hire For IQ Or Klout Score?* Fast Company. 29 de Outubro

<http://www.fastcompany.com/3002464/do-you-hire-iq-or-klout-score?sf7095936=1>

RIDDERSTLE, Jonas; NORDSTROM, Kjell - Funky Business: O Capital Dança ao Som do Talento. Porto: Fubu, 2006.

SANTOS, Marco - *SOPA? Não, obrigado. Libertem o Justin Bieber*. 18 de Janeiro de 2012.

<http://bibaites.org/geekosfera/sopa-nao-obrigado-libertem-o-justin-bieber>

s/A. *Levantamento e Caracterização das Relações entre as Empresas e as Instituições de I&D do Sistema Científico e Tecnológico Português* (Lisboa: OCES - Observatório da Ciência e do Ensino Superior), p 50.

http://www.estatisticas.gpeari.mctes.pt/archive/doc/Relatorio_OCES_inescP.pdf

s/A. *Direitos de Autor: Projeto lei sobre a Cópia Privada é “abusivo”, “penalizador” e “utiliza os artistas”*. 17 de Janeiro de 2012.

http://noticias.sapo.pt/tec_ciencia/artgo/projeto-lei-sobre-os-direitos-

MELO, Maria João; SILVA, Fernando Moreira da; BARATA, José Monteiro - Transferência de Tecnologia Impulsionada pelo Design: contributo para a inovação. VI Congresso de Pesquisa em Design – CIPED: Lisboa 10-12 de Outubro de 2011.